

HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP BUDAYA DAERAH (JAWA) DENGAN MINAT KONSUMEN RESTORAN TRADISIONAL “JOGLO HILLS” SEMARANG

Oleh:

Laras Ambar Wati

Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menguji secara empirik hubungan antara persepsi terhadap budaya daerah (Jawa) dengan minat konsumen di Restoran Joglo Hills Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Restoran Joglo Hills Ungaran Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling* yang memiliki ciri pengambilan sampel didasarkan pada kenyataan bahwa mereka kebetulan muncul yaitu pengunjung yang datang ke Joglo Hills. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala minat dan skala persepsi. Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* diperoleh koefisien korelasi sebesar $r_{xy} = 0,725$ dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,01$). Hasil ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara persepsi terhadap budaya daerah (Jawa) dengan minat konsumen di Restoran Joglo Hills Semarang. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa semakin tinggi persepsi terhadap budaya daerah, maka semakin tinggi minat konsumen.

Kata kunci: Persepsi, Minat

**RELATIONSHIP BETWEEN PERCEPTION TO REGIONAL CULTURE
(JAVA) WITH THE CONSUMER OF TRADITIONAL RESTAURANT
"JOGLO HILLS" SEMARANG**

By:

Laras Ambar Wati

Faculty of Psychology Islamic University of Sultan Agung Semarang

Abstract

This study aims to test empirically the relationship between perceptions of local culture (Java) with consumer interest in Joglo Hills Restaurant Semarang. The population in this research is all visitors of Joglo Hills Restaurant Ungaran Semarang. This research uses quantitative method. Sampling method used is Accidental Sampling which has the characteristics of sampling based on the fact that they happen to appear that visitors who come to Joglo Hills. Data collection methods in this study using the scale of interest and the scale of perception. Based on the result of hypothesis test by using product moment correlation technique obtained correlation coefficient equal to $r_{xy} = 0,725$ with significance level equal to 0,000 ($p < 0,01$). These results indicate that there is a very significant relationship between perceptions of local culture (Java) with consumer interest in Joglo Hills Restaurant Semarang. Based on the results of the research it can be concluded that the higher the perception of local culture, the higher the consumer interest.

Keywords: Perception, Interests